



Universidad del Sureste UDS

Nombre del alumno: José Artemio Morales Espinosa

Nombre del docente: Jorge Enrique Albores Aguilar

Materia: Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas

Nombre del trabajo: mapa conceptual

Cuatrimestre: 9

Carrera: Administración de empresas

Fecha / 23 de julio 2021

Investigación de mercado

mediante la investigación comercial el sistema de información puede proporcionar los estudios necesarios que permitan elaborar estrategias comerciales efectivas, con las que se pueden alcanzar los objetivos de mercadotecnia de la organización.

Investigación de mercado

La investigación comercial aporta al sistema de información los métodos y técnicas adecuados para obtener datos y analizarlos de forma rigurosa.

Mediante la investigación comercial el sistema de información puede proporcionar los estudios necesarios que permitan elaborar estrategias comerciales efectivas, con las que puedes alcanzar los objetivos.

Elementos de la investigación de mercados. En los términos investigación de mercados se utiliza muchas veces como sinónimo de investigación comercial.

Una definición más completa y que mejor explican lo que es la investigación comercial es la Green y Tull, para quienes la investigación comercial es la búsqueda y análisis sistemáticos de objetivos.

Procesos de la investigación de mercados

La realización de una investigación en mercadotecnia supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales

El diseño de la investigación la obtención de la información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

Toda investigación debe partir de una definición clara y precisa del problema a estudiar.

Tipos de investigación

- Diseño exploratorio
- Diseños descriptivos
- Diseños casuales

Producto

Definimos un producto como cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo

Kotler. Philip, Armstrong Gary (2007) producto conjunto de atributos tangibles e intangibles, que pueden incluir, empaque, color, precio, calidad y marca mas los servicios y reputación del vendedor

Kotler, Philip, Armstrong Gary: los componentes de un producto pueden ser clasificado: producto intrínseco. 2. embalaje o condicionamiento. 3. Marcas. 4. Funcionamiento.

Precio

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de producción